

ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA CONTRA LA SOCIEDAD GESTORA DE TELEVISION NET TV, S.A. POR LA EMISIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL DE LOS JUGUETES POPPY PLAYTIME EN RELACIÓN CON LA ADECUACIÓN A LO ESTABLECIDO EN LOS ARTÍCULOS 124.1 Y 129.2 DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

(IFPA/DTSA/096/23/DISNEYCHANNEL/PUBLICIDAD)

CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D.^a Pilar Sánchez Núñez

D.^a María Ortiz Aguilar

Secretaria

D.^a María Ángeles Rodríguez Paraja

En Madrid, a 29 de junio de 2023

Vista la denuncia presentada por un particular contra la **SOCIEDAD GESTORA DE TELEVISION NET TV, S.A.** (en adelante NET TV), la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** adopta el siguiente acuerdo:

I. ANTECEDENTES

Primero.- Con fecha 23 de abril de 2023, ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) una denuncia de un particular, en relación con la emisión de una comunicación comercial de los juguetes Poppy Playtime de la compañía Bizak, el cual estaría “*relacionado con un videojuego de contenido de terror no adecuado para uso infantil*”, en la cadena de televisión DISNEY CHANNEL, el día 23 de abril de 2023, a las 10:20 horas aproximadamente.

La reclamación, en síntesis, plantea que este tipo de comunicaciones comerciales podrían resultar perjudiciales para los menores además de haberse realizado un emplazamiento de producto en un programa infantil.

Segundo.- Con el fin de conocer con mayor detalle las circunstancias del caso y la conveniencia o no de iniciar el correspondiente procedimiento en lo que se refiere a protección de los menores frente a las comunicaciones comerciales audiovisuales (artículo 124 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual -en adelante, LGCA-) y de las limitaciones en relación con los emplazamientos de producto (artículo 129.2 LGCA), con fecha 25 de abril de 2023 se remite a NET TV un escrito en el que se le comunica la apertura de un período de información previa, concediéndole un plazo de diez días para que remita a esta Comisión la información y grabaciones requeridas en relación con la denuncia presentada, así como las alegaciones que estime convenientes respecto a la emisión del contenido referenciado.

Tercero.- Con fecha 11 de mayo de 2023 tiene entrada un escrito de contestación en el que el prestador NET TV adjunta las grabaciones requeridas, el informe de Copy Advice® positivo con observaciones emitido por Autocontrol¹, de la campaña de juguetes con el nombre “Poppy Playtime”, así como las alegaciones que, en síntesis, señalan que:

- Que en el informe de Copy Advice® positivo emitido por Autocontrol no se incluye ninguna restricción de emisión en relación con los contenidos infantiles y que, a su entender, esta comunicación comercial no contiene imágenes susceptibles de asustar o atemorizar al público infantil o de inducirles a comportamientos inadecuados para su edad, ni en el anuncio

¹ AUTOCONTROL es el organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España. <https://www.autocontrol.es/autocontrol/quienes-somos/>

se hace referencia en ningún momento al videojuego de contenido de terror en el que se basan los juguetes objeto de la controversia.

- Que no hay emplazamiento de producto en ningún contenido de Disney Channel durante la programación infantil, y en todo caso, ninguno relacionado con la comunicación comercial objeto de la reclamación.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

PRIMERO. – Habilitación competencial

Con fecha 8 de julio de 2022 se publicó en el Boletín Oficial del Estado la LGCA con la consiguiente adaptación de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC).

El apartado segundo del artículo 1 de la LCNMC, establece que esta Comisión *“tiene por objeto garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios”*.

De conformidad con lo previsto en el apartado 10 del artículo 9 de la LCNMC corresponde a esta Comisión *“controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal, de conformidad con el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual”*.

Por ello, de conformidad con lo anterior, esta Comisión es competente para conocer acerca de las reclamaciones formuladas, dado que las mismas se encuadran en lo relativo al control de contenidos audiovisuales, ámbito sobre el que esta Comisión despliega sus competencias.

Atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la LCNMC y los artículos 8.2.j) y 14.1.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado mediante el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, el órgano decisorio competente para dictar la presente resolución es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

SEGUNDO. – Marco jurídico

El canal DISNEY CHANNEL se emite en España por el prestador NET TV, establecido en España, según consta en el Registro de Prestadores de Servicios

de Comunicación Audiovisual², por lo que, de conformidad con la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual³ y la LGCA, está sometido a la supervisión de esta Comisión.

En España, la protección de los menores en los servicios de comunicación audiovisual televisivo se encuentra recogida fundamentalmente en los capítulos I y IV del título VI de la LGCA.

En este sentido, es especialmente relevante lo que establece el artículo 124.1, sobre la protección de los menores frente a las comunicaciones comerciales: *“Las comunicaciones comerciales audiovisuales no deberán producir perjuicio físico, mental o moral a los menores ni incurrir en las siguientes conductas (...)”*.

Por otra parte, en lo que atañe a la figura del emplazamiento de producto, el artículo 129 LGCA estipula:

“1. Se considera emplazamiento de producto toda forma de comunicación comercial audiovisual que incluya, muestre o se refiera a un producto, servicio o marca comercial de manera que figure en un programa o en un vídeo generado por usuarios, a cambio de una remuneración o contraprestación similar.

2. Se podrá realizar el emplazamiento de producto con carácter general en toda la programación salvo en los noticiarios y los programas de contenido informativo de actualidad, los programas relacionados con la protección del consumidor, los programas religiosos y los programas infantiles.

3. El emplazamiento de producto cumplirá las condiciones siguientes:

a) No influir en el contenido editorial ni en la organización del horario de programación ni en la del catálogo de una manera que afecte a la responsabilidad e independencia editorial del prestador del servicio de comunicación audiovisual.

b) No incitar directamente a la compra o arrendamiento de bienes o servicios ni incluir referencias de promoción concretas a dichos bienes o servicios.

² <https://sedeaplicaciones.mineco.gob.es/RuecaConsultas/Prestadores.aspx>

³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32018L1808>

- c) *No conceder una prominencia indebida a los productos de que se trate.*
- d) *Identificar que se trata de un emplazamiento de producto al principio, al inicio de cada reanudación posterior a una interrupción y al final del programa cuando dichos programas hayan sido producidos o encargados por el prestador del servicio de comunicación audiovisual o por una de sus filiales”.*

Por tanto, la denuncia presentada alude al posible incumplimiento de la normativa en lo que se refiere al tipo de comunicaciones comerciales (en concreto, la figura del emplazamiento de producto tiene prohibida su emisión en los programas infantiles), así como la protección de los menores frente a las comunicaciones comerciales audiovisuales.

III. VALORACIÓN DE LA RECLAMACIÓN

En su escrito de denuncia, el particular señala que se trata de publicidad de un juguete relacionado con un videojuego de contenido de terror no adecuado para el uso infantil.

En el ejercicio de las facultades de control y supervisión determinadas en el artículo 9 de la LCNMC se ha procedido a analizar la publicidad reclamada, emitida en el canal DISNEY CHANNEL por el prestador del servicio de comunicación audiovisual NET TV, a fin de comprobar el grado de cumplimiento de las condiciones establecidas por la legislación audiovisual vigente, en relación con la protección de los menores frente a las comunicaciones comerciales y la prohibición de realizar emplazamiento de producto en los programas infantiles.

Para ello, se ha analizado la comunicación comercial audiovisual objeto de reclamación, emitida con fecha 23 de abril de 2023, en el canal DISNEY CHANNEL, en la franja comprendida entre las 09:30 horas y las 11:30 horas.

El anuncio emitido corresponde a la siguiente descripción:

Mientras una voz en off dice “Los personajes de Poppy Playtime han salido para jugar, ¿estás listo para descubrirlos? Aventuras alucinantes con los nuevos Poppy Playtime de Bizak. Kissy Missy, Scary Huggy Wuggy, Mommy Long Legs, Smiling Huggy Wuggy. Suspense y diversión, listos para la acción. Su cabeza gira, adorables y terroríficos. Los productos oficiales de Poppy Playtime son de Bizak, ja”, mientras aparecen varias escenas en las que se muestran varios

muñecos, algunos de los cuales tienen la peculiaridad de que tienen la boca abierta dejando ver sus dientes afilados, y a unos niños jugando con ellos.

Esta comunicación comercial se emite, en la franja comprendida entre las 09:30 horas y las 11:30 horas, en dos ocasiones. La primera de ellas, entre las series de dibujos animados “Los Green en la gran ciudad” y “Marbel Moon Girl and Devil Dinosaur”, a las 10:52:13 horas. La segunda de ellas, entre dos episodios de “Marbel Moon Girl and Devil Dinosaur”, a las 11:22:13 horas. Cabe señalar que estas series cuentan con una calificación por edades de “apta para todos los públicos”.

La reclamación presentada alude a la emisión en abierto de contenido inadecuado durante las franjas de horario protegido. A este respecto cabe destacar que, con la entrada en vigor de la nueva LGCA han desaparecido las franjas de protección reforzada, manteniéndose únicamente la franja de protección general, que abarca desde las 6:00 horas a las 22:00 horas. Fuera de esta franja de protección, entre las 22:00 horas y las 06:00 horas, podrán emitirse los programas calificados como “no recomendados para menores de 18 años”, tal y como se señala en el apartado 2.c) del artículo 99 de la LGCA. Por tanto, habría desaparecido esa restricción horaria para la emisión del contenido objeto de reclamación.

Poppy Playtime es un videojuego de terror y supervivencia que tiene como particularidad que el jugador visita una fábrica abandonada, siendo perseguido por el personaje Huggy Wuggy y su familia, que buscan abrazar para asfixiar.

Una vez analizados los hechos denunciados, se puede extraer la conclusión de que el objeto del anuncio es mostrar los peluches de los personajes del videojuego señalado, sin ofrecer otro tipo de información que pueda dar una idea clara sobre la naturaleza del videojuego en el que aparecen.

Por otra parte, sobre este anuncio AUTOCONTROL, ha emitido un informe de Copy Advice® positivo con observaciones, pero sin limitación de su emisión por protección de menores.

Por tanto, se puede inferir que no se ha apreciado la presencia de elementos susceptibles de producir perjuicio físico, mental o moral a los menores.

Por otra parte, en lo que se refiere a su consideración como emplazamiento de producto, esta figura deberá atenerse a lo estipulado en el artículo 129 de la LGCA.

Del análisis del objeto de la denuncia cabe extraer la conclusión de que no es de aplicación lo establecido en el artículo 129.2 de la LGCA por el que se señala que no se podrá realizar el emplazamiento de producto en los programas infantiles, ya que de la propia definición de emplazamiento como “*toda forma de comunicación comercial audiovisual que incluya, muestre o se refiera a un producto, servicio o marca comercial de manera que figure en un programa o en un vídeo generado por usuarios (...)*”, señalada en el apartado 1 del artículo 129 de la LGCA, esta figura ha de aparecer dentro del programa, hecho este que no sucede en este caso, ya que estas comunicaciones comerciales audiovisuales se insertan durante las pausas publicitarias, no apareciendo mientras se desarrolla el contenido del programa.

Así pues, a juicio de esta Comisión, cabe concluir que no se aprecian indicios suficientes que justifiquen la apertura de un procedimiento administrativo sancionador por supuesta vulneración de lo dispuesto en los artículos 124.1 y 129.2 de la LGCA.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

ACUERDA

ÚNICO. – Archivar la denuncia recibida contra **SOCIEDAD GESTORA DE TELEVISION NET TV, S.A.**

Comuníquese este Acuerdo a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, publíquese en la página web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (www.cnmc.es) y notifíquese a:

SOCIEDAD GESTORA DE TELEVISION NET TV, S.A.

Comuníquese al denunciante

Con esta resolución se agota la vía administrativa, si bien cabe interposición de recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.